

**Propuesta de emprendimiento social: granjas urbanas Comuna 6 Barrio 12 de Octubre en
la Ciudad de Medellín – URGRAN**

Astrid Ximena García Osorio.

Diana Marcela Vargas C.

Marta Elena Macías

Jesús Antonio Vélez García.

José Norbey Rivera Pineda.

Grupo 110011_3

Tutora:

María Mercedes Narváez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Diplomado Gestión del Marketing para el Emprendimiento Social

Medellín, Julio 2021

Tabla de contenido

Introducción	6
Objetivos	8
General.....	8
Específicos.....	8
Datos del proyecto	9
Nombre del proyecto	9
Factor innovador.....	9
Pertinencia	10
Oportunidades.....	11
Factor productivo.....	11
Mercado objetivo.....	13
Etapas del modelo Design Thinking	14
Empatiza	14
Aplicación de Encuesta	16
Define	21
Idea	22
Prototipar	23
Testea.....	25
Estrategias de mercadeo.....	29
Atributos y beneficios de los productos	29
Grupo objetivo del proyecto	29
Segmentación.....	30
Competencia	30
Aliados.....	31
Estrategia de comunicación.....	31
Estrategia de Posicionamiento.....	32
Estrategia de Diferenciación.....	32
Social Media	32

Imagen y slogan.....	33
Recursos Operativos	34
Instalaciones	34
Materiales	34
Equipos	34
Personal	34
Costos y gastos de producción.....	35
Precio de venta y proyección a tres años	36
Capital de trabajo	37
Inversiones	37
Conclusiones	38
Referencias.....	39

Lista de tablas

Tabla 1: Insumos.....12

Tabla 2: Distribución y cantidad de plantas en cada cajón.....24

Tabla 3: Costos de producción.....35

Tabla 4: Precio de venta y proyección a tres años.....36

Lista de figuras

Figura 1.....	9
Figura 2.....	15
Figura 3.....	16
Figura 4.....	16
Figura 5.....	17
Figura 6.....	17
Figura 7.....	18
Figura 8.....	18
Figura 9.....	18
Figura 10.....	19
Figura 11.....	19
Figura 12.....	20
Figura 13.....	20
Figura 14.....	22
Figura 15.....	25
Figura 16.....	27
Figura 17.....	33

Introducción

Esta propuesta de emprendimiento se pretende hacer en el Departamento de Antioquia, en la ciudad Medellín, comuna 6, barrio 12 de octubre, sector picacho, donde actualmente existe una población de 17154 habitantes, los cuales se encuentran ubicados en los estratos 0, 1, 2, con un alto número de madres cabeza de familia, las cuales no cuentan con seguridad alimentaria.

Actualmente nuestro país está atravesando por una situación precaria debido la crisis económica de los últimos años, la cual se ha incrementado con la llegada de la pandemia y los estragos que esta ha dejado no solo en temas de salud sino a la economía del país y de cada familia. Estragos como el desempleo a raíz del cierre de diferentes empresas y negocios que afectan la calidad de vida de cada miembro de un hogar, donde podemos destacar la falta de recursos para comer, y el alto índice de desnutrición en menores por falta de una alimentación completa. Es por ello que, sumándonos a uno los 17 objetivos de desarrollo sostenible implementados por la ONU, Cero Hambre, surge la idea de crear el proyecto que disminuya la inseguridad alimentaria por la cual atraviesa la comunidad.

En Medellín ya se cuenta con varias granjas urbanas en el la comuna 3, barrio Manrique y en la comuna 13, barrio San Javier, esto es posible porque en la ciudad se cuenta con un clima privilegiado, por lo tanto podemos contar con una oferta permanente diversa y sostenible de alimentos frescos y procesados, por lo anterior las granjas urbanas pueden ser una respuesta a los diferentes niveles de pobreza, supliendo necesidades alimentarias, económicas y sociales de la comunidad vulnerable que van desde la seguridad alimentaria hasta la generación de tejido social, la sostenibilidad y educación ambiental, la inclusión social, la salvaguarda de tradiciones

y la comercialización, producción y consumo de alimentos sanos, entre otros (Brand y Muñoz, 2007; Gobernación de Antioquia, 2013).

Objetivos

General

Implementar el proyecto de granjas urbanas para el abastecimiento de alimentos en la Comuna 6, Doce de Octubre, sector picacho de la ciudad de Medellín.

Específicos

Seleccionar las madres cabeza de familia que van a participar del proyecto.

Analizar el tipo de hortalizas que se va a sembrar.

Identificar cuáles son los clientes potenciales para la distribución y venta de los productos.

Proponer el montaje de la granja en la comuna 6, Barrio 12 de octubre, sector Picacho de la Ciudad de Medellín.

Datos del proyecto

Nombre del proyecto

Propuesta de emprendimiento social: granjas urbanas Comuna 6 barrio 12 de octubre en la ciudad de Medellín – URGRAN.

Factor innovador

Teniendo en cuenta que no existe mucho espacio disponible en la zona para la implementación del proyecto, se propone hacer en forma vertical, utilizando los principios de hidroponía, la implementación de huertos multifuncionales de 1m² de área permitiendo cultivar en espacios divididos en pequeños rectángulos para la siembra de plantas grandes y pequeñas como: coles, pimentones, berenjenas, rábanos, zanahorias, espinacas etc. Y realizando una basa en tubos de PVC para cultivar plantas verticales como: tomate, pepino, frijol esta distribución ayuda para que todo el proceso de siembra y riego de las semillas se realice sin la necesidad de caminar sobre ellas y una fácil rotación de los productos allí cultivados.

Figura 1. Muestra de la huerta



Imagen tomada de: <https://SERPAR, Servicios de Parques de Lima. www.serpar.gob.pe>

El proyecto está orientado en el aprovechamiento de los espacios y así poder cultivar plantas pequeñas y grandes.

Pertinencia

Esta iniciativa de cultivar hortalizas en granjas urbanas, nace ante la problemática mundial que vivimos en la actualidad y que lleva presentándose durante épocas pero que se hace más notoria en pleno siglo veintiuno, donde se le ha dado prioridad al desarrollo tecnológico y comercial de la sociedad y hemos dejado de lado un tema tan importante como es el cultivo de alimentos y que son artículos de primera necesidad para cualquier ser humano.

El desempleo como problemática en Colombia con un alto porcentaje de incidencia y tendencia aumentar debido a la crisis económica por la que atraviesa Colombia y el mundo, ante la crisis que ha desencadenado el tema de covid 19, muchas empresas se fueron a la quiebra y otras a recortaron personal quedando sin oportunidades de ingresos básicos muchas familias, viéndose obligadas muchas a no poder cubrir siquiera las necesidades básicas de su hogar, como la alimentación adecuada y nutritiva.

Vemos en este proyecto una gran oportunidad de poder ayudar a muchas familias y contribuir con su bienestar, pues nuestra idea es que las huertas sirvan como recurso propio para el consumo de las mismas personas que la cultivan, esto tendría un impacto positivo en el gasto de sus necesidades básicas y consumirían alimentos sanos libres de químicos; el otro aporte sería monetario al poder vender sus productos dentro de la misma comunidad generando ingresos monetarios para sus familias y apoyando el campo propio de la región.

Este proyecto tiene como objetivo principal capacitar a las personas en el proceso de la siembra y recolección de hortalizas para su propio consumo y venta apoyados ante las entidades conocedoras del tema como lo son el fondo nacional para el financiamiento del sector agropecuario finagro y la agencia nacional de tierras.

Oportunidades

Aumenta la distribución de alimentos comprados localmente lo cual reduce la necesidad de transporte y costos.

Crea puestos de trabajo y aporta ingresos en espacios que de otro modo serían completamente improductivos.

Mejora la economía local y evita tener que adquirir productos de territorios lejanos.

Ayuda a unir a las familias y a las comunidades, trabajando hacia un objetivo común que será beneficioso para todos.

Ayuda a combatir el hambre.

Factor productivo

Para llevar a cabo el proyecto de granjas urbanas en la ciudad de Medellín acudiremos a las entidades públicas que brindan apoyo al agro en Colombia como los son FINAGRO que es una entidad que se dedica al apoyo de la agricultura generando créditos a quienes lo soliciten con grandes facilidades en los requisitos, la otra entidad sería El banco AGRARIO quienes también

apoyan todos los procesos del campo. Eso en relación ya a las personas que decidan tener su granja en casa.

También buscar apoyo en el Municipio de Medellín, con la secretaria de inclusión social, secretaria del medio ambiente, secretaria de desarrollo económico, secretaria de mujeres. Esto permitiría que el proyecto se articule con el municipio mediante alguna de sus secretarías. Además, con la fundación Paloma quien ya está apoyando un proyecto similar en la comuna 3 Manrique.

Ya nosotros como grupo pionero del proyecto nos apoyaremos en las entidades públicas del estado que nos puedan proveer los recursos para las actividades que se deben realizar para la ejecución de las granjas urbanas.

Tabla 1. Tabla de insumos

Costos de insumos de la granja				
insumos	cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total en pesos
Semillas	10	Und	2050	20500
Bandeja de germinación	1	und	7500	7500
Micorrizas	0.5	kg	3000	1500
Fertilizantes	1	kg	35000	35000
Aspersor	1	und	2500	2500
Manguera	1	und	12000	12000

Alambre	0.25	kg	6000	1500
Tubo PVC con codo	5	mt	7000	35000
Capacitación	3	Hora	50000	15000

Fuente: elaboración propia

Es importante determinar los costos unitarios de cada uno de los insumos a utilizar en la implementación de las granjas urbanas.

Mercado objetivo

Este está enfocado en los habitantes del doce de octubre, sector picacho, donde encontramos familias de estrato 0, 1 y 2, con alta vulnerabilidad alimentaria, en los cuales sus ingresos no superan un salario mínimo, con la implementación del proyecto de huertas urbanas se va a generar unos salarios a las personas que están participando del mismo, para que las madres tengan un ingreso que le va a ayudar a mejorar sus condiciones de vida, van a poder comprar los insumos para tener la granjas funcionando, y suplir sus necesidades básicas de vivienda digna, alimentación y educación de sus hijos.

Etapas del modelo Design Thinking

Empatiza

Los indicadores de desempleo de la población en Medellín son altos, los barrios Manrique y doce de 12 tienen el doble de porcentaje comparado con las otras comunas de la ciudad, son zonas con baja densidad empresarial y un gran número de mujeres cabeza de hogar que no cuentan con las oportunidades para salir adelante.

“URGRAN”- Granjas urbanas es un proyecto con sentido social dirigido a las madres cabeza de Hogar de la comuna 6 del 12 de Octubre, quienes son mujeres que día a día enfrentan muchas dificultades para lograr conseguir los recursos necesarios para satisfacer a sus familiar, debido a diferentes circunstancias sociales que se ven en la actualidad; por lo general son personas con poca formación académica, pertenecientes a los extractos 0, 1 y 2 de la ciudad y con unos o más hijos, en edades entre los 20 y los 45 años de edad, los trabajos que realizan no son bien remunerados.

Quisimos saber qué expectativas tienen las personas para cultivar huertas orgánicas en sus residencias, estuvimos visitando la señora Sara quien hace ya un poco de tiempo está trabajando en el proyecto, manifestó que se encuentra muy feliz realizándolo, primero que todo se ha formado en el cultivo de productos pertenecientes a la canasta familiar como la zanahoria, coles, lechugas, cebollas , frijol, tomate entre otros, tiene la posibilidad del recurso allí en su casa fresco y totalmente libre de químicos y pesticidas por lo tanto más saludables para el organismo, es una forma de ahorro económico en los gastos de la casa, por otro lado ayudamos a la conservación del medio ambiente porque los residuos se reutilizan como abono para el suelo, están listos para el consumo en periodo de tiempo de 35 a 90 días máximo, las hortalizas se

conservan en mejor estado durante más tiempo, genera ingresos monetarios cuando decide venderlos y finalmente disfruta mucho poder realizar todas estas tareas y consumir alimentos totalmente sanos y nutritivos.

Figura 2. Evidencia fotografía de la huerta de Doña Sara



Fuente: propia

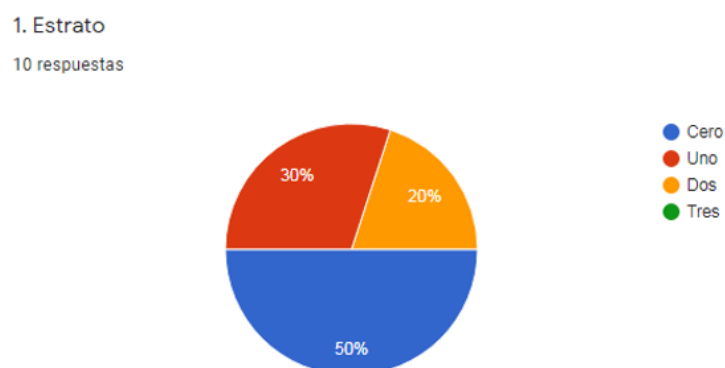
En los proyectos de granjas urbanas multifuncionales de 1m² encontramos una variedad de plantas grandes y pequeñas como también de tipo vertical que contribuyen a una adecuada alimentación

También le preguntamos algunas madres que piensan de cultivar huertas orgánicas en sus casas y manifestaron que sería muy bueno, pero no saben cómo hacerlo, que les gustaría cultivar productos de consumo diario como las hortalizas más utilizadas en la alimentación la cebolla, la zanahoria, tomate, habichuelas, cilantro entre otras y que están dispuestas a capacitarse para llevarlo a cabo.

Aplicación de Encuesta

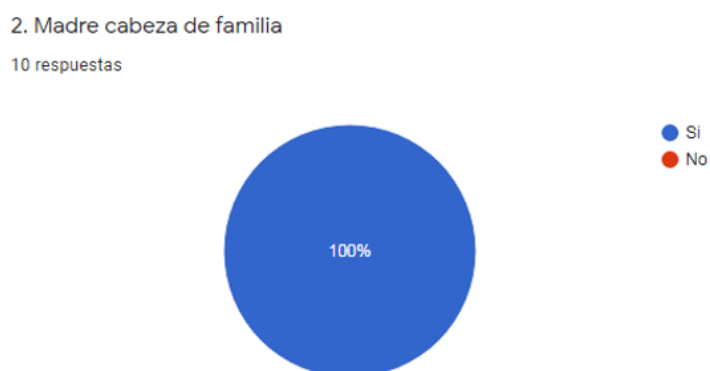
Realizada el día 08 de junio del 2021 a 10 Madres cabeza de familia de la Comuna 6, Barrio doce de octubre, sector Picacho.

Figura 3. Respuesta a la pregunta sobre el estrato al que pertenecen las encuestadas



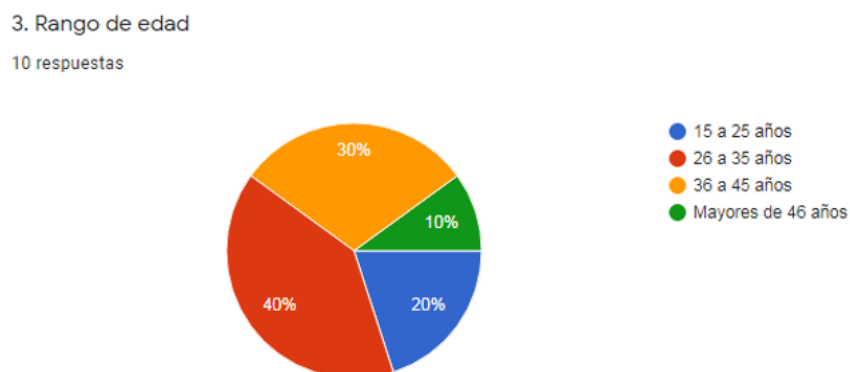
Según los resultados, se obtiene que el 50% de la muestra encuestada en la comuna 6 es de estrato cero, seguido de un 30% perteneciente a estrato uno y un 20% a estrato dos.

Figura 4. Respuesta a la pregunta de si son o no madres cabeza de hogar



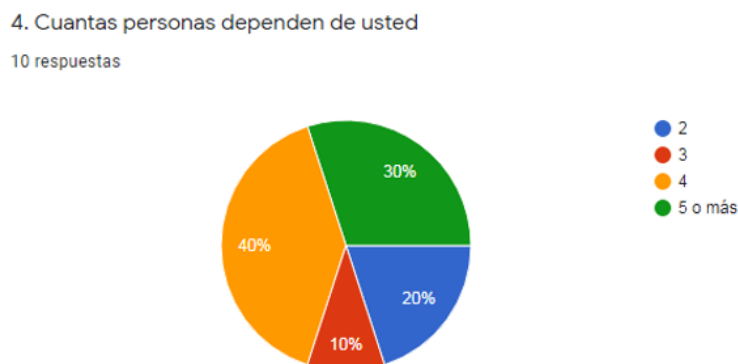
El resultado obtenido es 100% mujeres encuestadas madres cabeza de hogar.

Figura 5. Respuesta demográfica correspondiente al rango de edad de las encuestadas



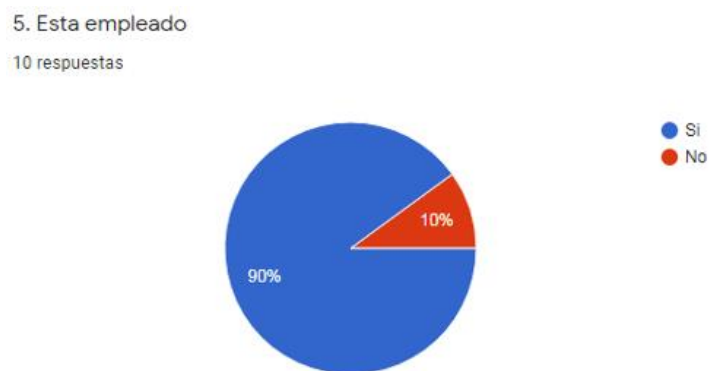
La muestra seleccionada en la encuesta es 40% mujeres entre los 26 a 35 años, 30% mujeres entre los 36 a 45 años, 20% mujeres mayores de 46 años y un 10% mujeres entre los 15 a 25 años.

Figura 6. Resultados de la muestra a la pregunta del número de personas dependientes de ellas



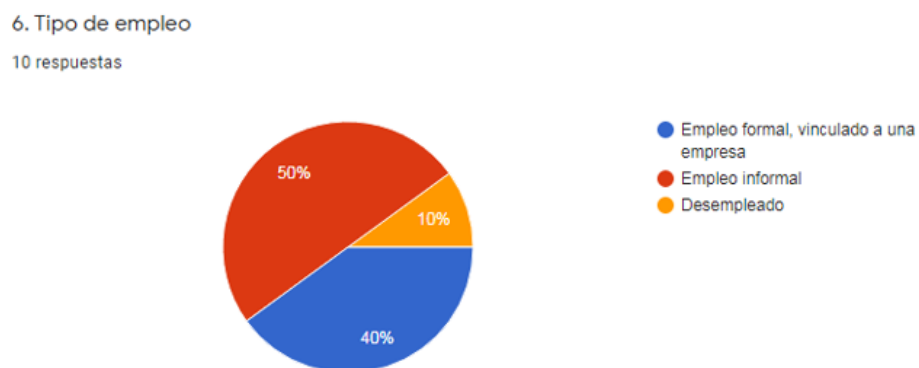
Según los resultados un 40% de las mujeres encuestadas tienen a su cargo 4 personas, el 30% más de 5 personas, el 20% 2 personas y el 10% 3 personas dependientes de ellas.

Figura 7. Respuesta a la pregunta de la situación laboral actual



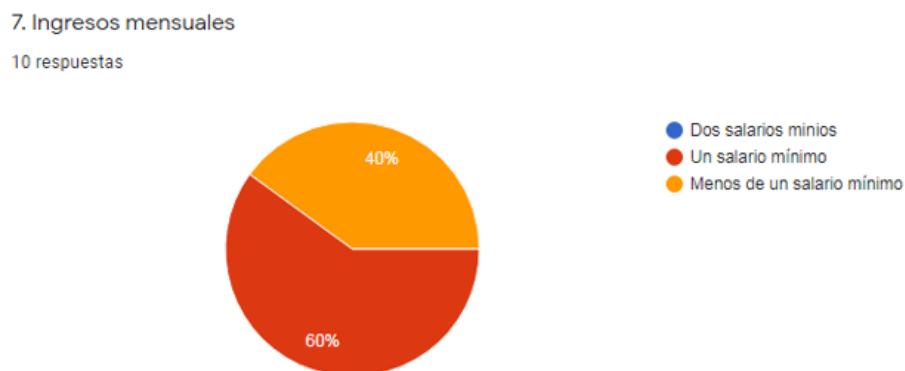
El 90% de las mujeres encuestadas están empleadas mientras que un 10% no lo está.

Figura 8. Respuesta a la pregunta sobre el tipo de empleo



Según los resultados obtenidos, el 50% de las mujeres encuestadas tienen un empleo informal, el 40% tiene un empleo formal en una empresa, y el 10% está desempleadas.

Figura 9. Respuesta a la pregunta sobre los ingresos mensuales



Se obtiene un 60% de mujeres que reciben ingresos de un salario mínimo, y un 40% de mujeres que reciben menos de un salario mínimo.

Figur 10. Respuesta a la pregunta sobre seguridad alimentaria



Los resultados obtenidos muestran que un 80% de las mujeres encuestadas no cuentan con seguridad alimentaria, mientras que un 20% si cuenta con esta.

Figura 11. Respuesta a la pregunta sobre el conocimiento de granjas urbanas

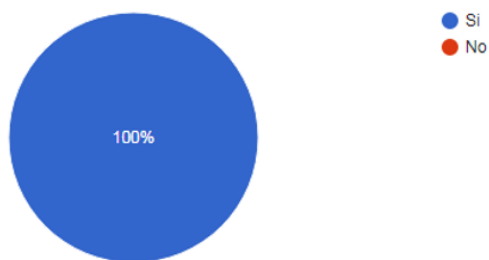


Según los resultados obtenidos, se da una respuesta 50% - 50%. Donde la mitad de encuestadas han oído hablar sobre las granjas urbanas y la otra mitad de encuestadas no.

Figura 12. Respuesta a la pregunta sobre la participación al proyecto

10. Estaría dispuesta a participar de un proyecto de granjas urbanas

10 respuestas

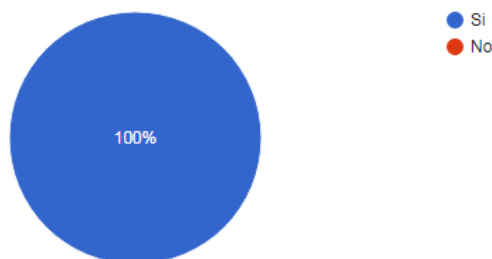


Una respuesta unánime donde el 100% de las encuestadas están dispuestas e interesadas por participar en el proyecto de granjas urbanas.

Figura 13. Respuesta a la pregunta sobre el beneficio obtenido por participación al proyecto

11. Cree que su calidad de vida seria mejor si hace parte de esta actividad

10 respuestas



Al igual que la pregunta anterior, se da una respuesta unánime donde el 100% de las encuestadas creen que mejorará su calidad de vida al participar en el proyecto.

Define

Como se menciona en la etapa de empatizar, nos encontramos con un foco importante de personas como lo son las madres cabeza de hogar que deben velar por el sustento de su hogar a nivel económico y como apoyo al desarrollo de sus familias.

Por ende, queremos aportar con una idea que genere sostenibilidad a estas madres tanto al interior de su hogar y como la generación de un ingreso adicional para mejorar su calidad de vida y sustento.

Es allí donde hablamos de la creación de granjas urbanas que se ubiquen en espacios de las viviendas de estas madres, huertas que solo ocuparan espacios pequeños de aproximadamente entre 1m² y 2m², donde se siembre alimentos de la canasta básica como lo son la zanahoria, lechuga, frijol, cebolla, habichuelas, cilantro y tomates, esto alimentos ayudan también a suplir ingredientes de la canasta básica de cada familia por lo tanto tendrán un índice alto de rotación.

Adicional lo que se quiere lograr es que las madres con la siembra y resultado de las cosechas es que empiecen a comercializar estos alimentos en su comuna con el fin de promover una alimentación sana y nutritiva y a su vez el emprendimiento de estas madres lo cual les generara ingresos para suplir otras necesidades y así mejorar el bienestar de su hogar.

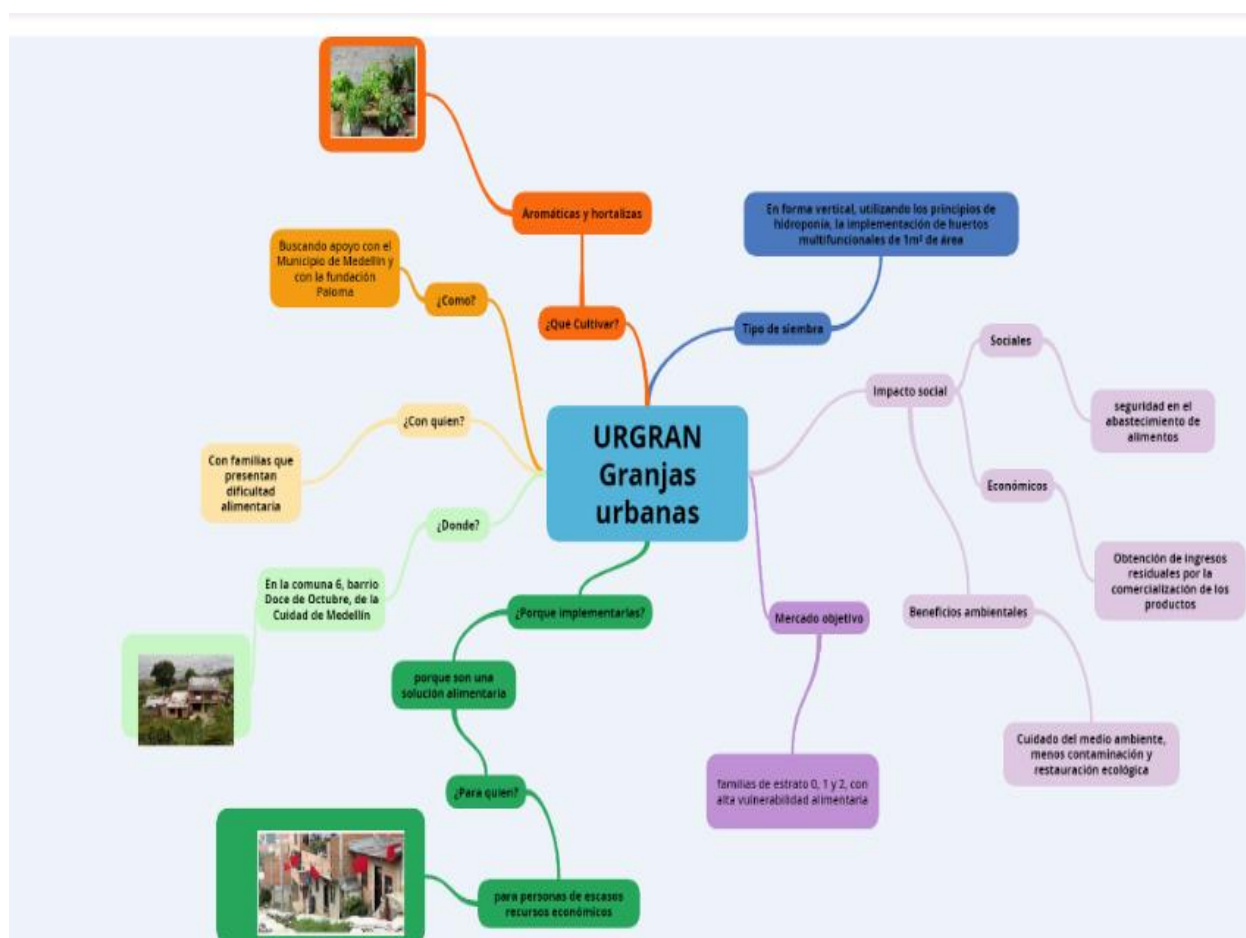
Actualmente la ACI Medellín cuenta con un programa llamado Huertas con Vos aliada con la Alcaldía de Medellín y Huertas Urbanas por la Vida de la Gobernación de Antioquia, donde nos pueden brindar asesoría y un acompañamiento a nivel técnico para la creación de estas huertas y donde se le explicaría a cada madre como es el proceso de siembra y su debido mantenimiento y seguimiento para una cosecha prospera. Esta organización trabaja de la mano

de la Alcaldía, Gobernación y otros entes como cámara de comercio, Ruta N, con el fin de internacionalizar dichos proyectos que se crean en la ciudad.

Podemos beneficiarnos de estos proyectos ya que nos ayudarían a contribuir con elementos como Kit de siembra, tierra, palas, rastrillos, cajones, semillas lo cual beneficiaría el financiamiento de esta idea de emprendimiento.

Idea

Figura 14. Técnica implementada, mapa mental



Fuente: elaboración propia

La elaboración del mapa mental permite organizar las ideas generadas de tal forma que se toman las más importantes y que enriquecen más al proyecto de granjas urbanas.

Prototipar

“URGRAN” en la búsqueda de ayudar a las madres cabeza de familia inicia con su proyecto de granjas urbanas en diez viviendas escogidas aleatoriamente en el barrio 12 de octubre de la comuna 6 de Medellín dichas viviendas las cuales cuentan con patios con un promedio de 6m² implementara huertas multifuncionales de 1m² las cuales estarán ubicadas estratégicamente en los solares de las viviendas estas huertas estarán distribuidas en nueve cuadros de 33cm *33cm y una profundidad de 30cm donde se realizará la siembra de zanahoria, lechuga, cebolla, repollo y tomate la cantidad de plantas sembradas por cuadro será definida por su tamaño también será fabricada una base en tubos de PVC con una altura de 1,50m para la respectiva sujeción de las plantas verticales que en el caso nuestro será el tomate, para la puesta en marcha de las diez huertas son necesarios los siguientes insumos :

- ✓ 28 tablas de 3m
- ✓ 2 libras de puntilla de 2”
- ✓ 10 tubos de PVC de 2” por 3m
- ✓ Estructura de los cajones para huerto de 1m²
- ✓ Estructura vertical en tubo PVC para huerto de 1m²

Teniendo ya construida la base de la huerta con sus respectivos cajones y las bases para las plantas verticales se dispondrá a sembrar en cada uno las semillas quedando distribuidas de la siguiente manera: (Véase tabla 2).

Tabla 2. Distribución y cantidad de plantas en cada cajón

Tomate (1)	Tomate (1)	Tomate (1)
Repollo (6)	Repollo (6)	Repollo (6)
Zanahoria (16)	Lechuga (4)	Cebolla (9)
Zanahoria (16)	Lechuga (4)	Cebolla (9)

Fuente: elaboración propia

En esta tabla podemos determinar la cantidad de plantas que serán cultivadas en 1m² que compone la huerta.

Para el proceso de siembra de las plantas que serán cultivadas en los diez puntos escogidos se necesitan 4 libras de cada semilla a sembrar como también 10 bultos de compostaje para una mejora de las propiedades del suelo dado el tamaño de las huertas el sistema de riego será realizado con regaderas manuales para jardín los insumos serán gestionados con diferentes entidades la respectiva construcción de cajones y bases será realizara por personas de la comunidad que cuentan con el conocimiento en carpintería y construcción , las labores que corresponden a la siembra de las semillas y el mantenimiento de las huertas como tal serán realizadas por las madres cabeza de familia de la localidad haciendo que no se tenga que invertir dinero en pagos a personas ajenas al emprendimiento y con los productos cultivados podrán suplir necesidades de la cocinas de sus hogares y comercializar en esta localidad parte de los productos allí obtenidos generando algunos ingresos para cubrir parte de sus necesidades económicas.

URGRAN tiene como visión una expansión gradual en todo el barrio con la construcción de más huertas multifuncionales con las cuales se pretende un crecimiento social y una generación de ingresos para un grupo poblacional que es invisible para las administraciones locales, departamentales y nacionales como lo son las madres cabeza de familia.

El compostaje se puede ir haciendo de manera orgánica, donde las familias empiecen con tiempo a recoger los residuos orgánicos en botellas de gaseosa y esperar entre 30 y 90 días para su uso, eso nos permitiría economizar un poco de dinero.

Testea

Para este proyecto nos basamos en la proyección de experiencia de otras granjas urbanas, en este caso ubicadas en la comuna 3 de Manrique y la comuna 13 de San Javier.

Se identificaron los alimentos más consumidos mensualmente en cada una de las comunas. En la figura No. 15 se muestra una comparación entre los dos tipos de experimentos. En la huerta se pueden ver ocho tipos de productos alimenticios que producen más de 10 kg y consumen más. Productos como la acelga y el repollo se consumen en cada una de las comunas.

Figura 15. Comparativo de alimentos más consumidos en ambas experiencias

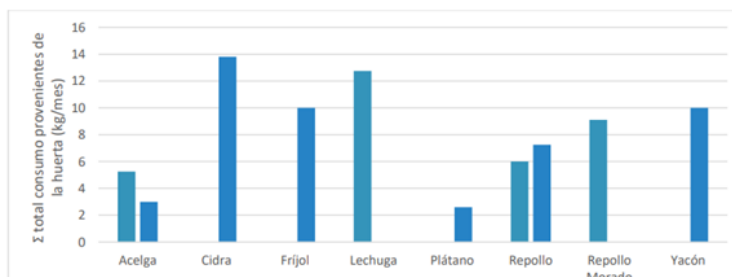


Imagen tomada de

http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/11327/1/AmayaJuan_2018_AgriculturaHuer-tasAlimentos.pdf

Con esta grafica podemos determinar la variación generada en los alimentos más consumidos en algunas granjas urbanas de la ciudad de Medellín.

Las iniciativas independientes muestran que los alimentos se consumen de una manera más diversa. Una de las razones por las que esto está sucediendo es la disponibilidad de áreas de plántulas y el uso de especies nativas que son más prolíficas y resistentes a plagas y enfermedades. Por lo tanto, de acuerdo con la experiencia agrícola de la comuna 3, el consumo de alimentos hortícolas es mayor en calorías a comparación de la comuna 13.

La contribución de la experiencia de la agricultura urbana al ingreso familiar se puede demostrar de la siguiente manera: Ahorro de la producción y el consumo de cultivos, intercambiando alimentos o bienes y reconociendo los ingresos por ventas directas Agricultores urbanos Según la experiencia, el precio estimado, así como el excedente, se basan en el precio del centro mayorista de Antioquía.

Los datos sobre el consumo, venta, transacción o cantidad de alimentos suministrados (determinados por medidas geométricas) se utilizan para establecer los ingresos del huerto. Este monto se convierte a moneda (pesos) con referencia a la lista de precios de la plaza mayorista de Antioquia (Anexo 8).

Figura 16. Comparativo de ingresos provenientes de la huerta en ambas experiencias

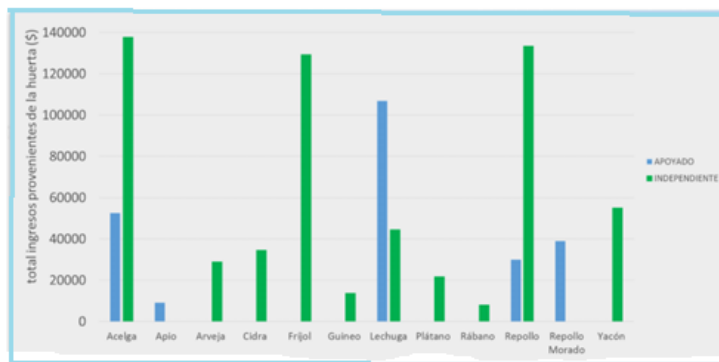


Imagen tomada de

http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/11327/1/AmayaJuan_2018_AgriculturaHuer-tasAlimentos.pdf

La grafica 2 muestra los alimentos más productivos en los huertos analizados. El análisis de consumo reconoce diversos productos vegetales y alimentos nutritivos y comercializables. Estos son remolacha, frijoles, plátanos y yacón. Otro aspecto relacionado con los ingresos es la creación de una estructura social fortaleciendo las relaciones entre las familias a través de donaciones, ventas o intercambios de alimentos. Además, los expertos dicen que existen condiciones mínimas y apoyo gubernamental que permiten a los agricultores adquirir autonomía de conocimientos, habilidades y habilidades para obtener ingresos del huerto. Las condiciones son las siguientes:

- Zona del cultivo
- Apoyo técnico y formación permanente
- Soporte para generar circuitos cortos de comercialización
- Acompañamiento socioeconómico

- Apoyo psicosocial

Esto posibilita que los profesionales identifiquen aspectos adicionales que tienen gran importancia en el desarrollo de iniciativas de agricultura urbana, como el espacio para la cultura, la cultura y el conocimiento previo de la agricultura.

Ahora apoyado por PPSSAN (Política Pública sobre Soberanía, Seguridad Alimentaria y Nutrición), los recursos para comunidades vulnerables pueden demostrar credenciales donde quiera que vivan y se pueda desarrollar actividades de granjas urbanas.

La parte superior muestra la relación entre la diferencia entre la ingesta de alimentos del huerto y la obtención de ingresos y otras variables como el conocimiento previo, la tierra cultivable, el tipo de huerto y el tipo de experiencia. Además, las características geográficas de Medellín benefician el cultivo y recolección de diversos alimentos, contribuyendo a la creación de estructuras sociales, entornos ambientales propicios, permiten seguridad y protección, alimentaria y hábitos saludables.

La agricultura urbana en Medellín es un motor de la creciente conciencia sobre el medio ambiente, las estructuras sociales, la producción y procesamiento de alimentos y los paisajes urbanos. Como resultado, los agricultores de estas granjas ven el potencial para realizar más negocios con los huertos. Una es la posibilidad de desarrollar una finca que pueda compartir experiencias y generar posibilidades de incorporaciones económicas a través de la venta de insumos de jardinería. Por tanto, Medellín es una ciudad creativa, un lugar de promoción turística, las organizaciones sociales pueden construir programas de ecoturismo en toda la ciudad y promover la comercialización de productos elaborados por agricultores.

Estrategias de mercadeo

Atributos y beneficios de los productos

Se ofrecen productos de huertas totalmente orgánicos, con calidad sin ningún tipo de pesticida, con estrategias ecológicas de forma sostenible y sustentable. Lo que beneficia a cada uno de los consumidores pues todo es entregado en niveles altos de frescura buscando una seguridad alimentaria para cada uno de los individuos que participan en el proceso como también convirtiéndolo en un negocio rentable con el pasar del tiempo.

El abono utilizado es a base de materia orgánica, está compuesta por diferentes materiales orgánicos, derivadas de la descomposición de residuos orgánicos el cual recibe el nombre de humus y cumple un papel esencial en la transformación y conservación de las propiedades del suelo.

Grupo objetivo del proyecto

El proyecto tiene como lugar de desarrollo la comuna 6 correspondiente al Doce de octubre en la ciudad de Medellín, donde se vincularán a madres cabeza de hogar para la producción y comercialización de estos alimentos, por lo tanto, el primer grupo de consumidores será la misma comunidad donde familias que cuentan con recursos básicos, cabe resaltar que Medellín es una ciudad que se destaca por apoyar su propia industria y a sus emprendedores, por ende el primer grupo será la misma comunidad que hacen la compra de la canasta básica, y como segundo lugar el apoyo con los entes publico privados como lo son la alcaldía de Medellín a través de la secretaria de desarrollo económico que apoya a los comerciantes y emprendedores, en la ciudad de Medellín existe un programa patrocinado por la alcaldía, que se conoce como los

mercados campesinos, los cuales nacen por acuerdo municipal en 1988, y al comenzar la administración de Aníbal Gaviria Correa en 2012, su esposa, Claudia Márquez Cadavid, donde cada semana se lleva a 21 parque de la ciudad, la oferta de productos agrícolas los cuales se comercializan a precios justos. Y se busca mejorar la calidad de vida de los productores directos. Las huertas urbanas han tenido una gran acogida en este programa, permitiendo la comercialización directa, de productos de muy buena calidad y a precios muy asequibles para el público.

Además, la plataforma www.compralocal.medellindigital.gov.co para que las personas compren los productos por internet cualquier día de la semana, sin salir de casa.

Y, según anunció la alcaldía de Medellín, en los próximos días se realizará también la Vitrina Campesina en la plazoleta de la Alpujarra.

Segmentación

La segmentación corresponde a familias ubicadas en la zona de influencia donde se desarrollan los mercados campesinos, corresponde a los estratos 3, 4, y 5.

Competencia

Sabemos que en la región existen almacenes de cadena y algunos minoristas que comercializan los mismos productos que URGRAN producirá siendo una competencia directa esto genera algo de incertidumbre por lo que se planean estrategias y alianzas para que las personas de la localidad donde se desarrollara el proyecto consuman los productos de URGRAN.

Aliados

Cuando se desea empezar a comercializar un proyecto social como el nuestro con productos de primera necesidad como las hortalizas y las aromáticas es importante aliarnos con aquellos grupos o negocios que llevan más tiempo en el mercado y tiene más conocimiento del movimiento del producto para que juntos tengamos beneficios mutuos los primeros aliados serian realizar convenios con las tiendas y almacenes de cadena que ventas los productos.

Sería la implementación de alianzas estratégicas con los productores de las huertas de la comuna 3 Manrique y la 13 San Javier, con los cuales se puede hacer intercambio de productos, y la participación directa en los mercados campesinos.

Estrategia de comunicación

URGRAN dentro de su estrategia de comunicación implementara métodos tradicionales los cuales aplican estrategias enfocadas en promocionar cada uno de los productos cultivados en las granjas con la utilización de métodos que no involucran nada relacionado con tecnología digital buscando una conexión con el público que no tiene acceso a ningún tipo de tecnología y en algunos casos cuentan solo con radio y televisión por esto se implementaran folletos los cuales explicaran de manera resumida los productos a comercializar y datos como dirección de cada una de las granjas y las redes sociales con las que se cuentan también se colocaran en puntos estratégicos de la zona algunos carteles con la misma información de los folletos, se generara publicidad en medios como la radio local y se coordinaran eventos con la comunidad para dar a conocer la importancia del proyecto y cada uno de los pasos para su implementación como también el proceso de comercialización de todos los productos cultivados. Y para el público que tiene acceso a tecnología digital se realizara una Difusión masiva por WhatsApp,

Instagram, Facebook y las diferentes redes sociales existentes con la misma información de los folletos y carteles antes misionados.

Estrategia de Posicionamiento

Los productos cultivados y comercializados en URGRAN están dirigidos a personas de todos los niveles socioeconómicos, pero se enfoca en las comunidades con un nivel adquisitivo bajo las cuales en ocasiones carecen de muchos de estos productos en sus cocinas.

Estrategia de Diferenciación

Se ofrecen productos de excelente calidad a precios justos. Se pueden comparar con los ofrecidos en plazas y almacenes de cadena y se darán cuenta que nuestros precios son los mejores del mercado.

Social Media

Se puede crear un canal en YouTube donde se explique en videos cortos cómo se pueden crear cultivos orgánicos, como hacer el compostaje, cuáles son las mejores hortalizas para cultivar, dependiendo del clima, etc., la idea con esto es ir ganando adeptos a nuestros productos, y si logramos tener muchos suscriptores, podemos empezar a monetizar la huerta.

En Facebook, se pueden ofrecer los productos, poner fotos de con las diferentes presentaciones que se ofrecen, también brindar promociones, proponer que por la compra continua después de tres meses se le va a dar un descuento del 20%, en la primera compra del siguiente mes.

Imagen y slogan

Figura 17. Imagen y Slogan del proyecto de emprendimiento Granjas Urbanas



Fuente: Propia

<https://garciaosorioabby.wixsite.com/my-site>

La visualizan del logo, imagen y slogan de la marca de las granjas urbanas

Recursos Operativos

Instalaciones

Se va a realizar en los patios y terrazas, de las familias participantes, los huertos son multifuncionales de 1m² de área permitiendo cultivar en espacios divididos en pequeños rectángulos para la siembra de plantas grandes y pequeñas, realizando una basa en tubos de PVC, para cultivar plantas verticales.

Materiales

Tierra, fertilizantes, tablonos, tubos pvc, puntillas, cuerda, semillas, plástico transparente.

Equipos

Para la construcción de nuestra huerta necesitaremos una pala para excavar la tierra, pico para preparar la tierra para el sembrado, tablas de madera para construir los cubículos, puntillas, martillo, palitos base para las hortalizas que deben sujetarse, malla, machete, guantes, regaderas.

Personal

El personal para la puesta en marcha del proyecto son las madres cabeza de familia de la localidad y las personas que están comprometidas con un crecimiento social y económico de la comunidad en general se pretende realizar capacitaciones para la siembra de las semillas y la manutención de las huertas.

Costos y gastos de producción

Los costos y gastos de producción están relacionados en la siguiente tabla no se generan gastos de construcción dado que no hay la necesidad de pagar para la fabricación de los cajones y la bases puesto que serán fabricadas por personas que indirectamente se verán beneficiadas con el proyecto.

Tabla 3. Costos de producción

Producto	Valor unidad	Cantidad	Valor total
Tablones	19600	2,8	54800
Puntillas	3.900 x 250g	1	\$3.900
Tubos de PVC	8871 m	1	8871
Palita	24900	1	24900
Rastrillo	26900	1	26900
Regadera	27900	1	27900
Tierra	21900 x 10 kg	5	109.500
Semillas variadas para huertos	56000	2	112.000
Cuerda	10500	1	10.500
Martillo	9900	1	9900
Costo total			398171

Fuente: elaboración propia

En esta tabla determinamos los costos generados para la implementación de una huerta multifuncional de 1m². Este valor corresponde a una sola huerta, se pretende realizar el cultivo con 10 madres cabeza de familia.

Precio de venta y proyección a tres años

Partiendo de los precios que se encuentren en el mercado se comercializaran los productos cultivados en las granjas conservando precios con los cuales se pueda competir sin que su venta genere perdidas.

Tabla 4. Precio de ventas y proyección a tres años

Producto	Año 1	Año 2	Año 3
Zanahoria	2100 kg	2800 kg	3000 kg
Lechuga	2050 Ud.	2500 Ud.	2900 Ud.
Cebolla	2500 kg	2900 kg	3100 kg
Repollo	1700 Ud.	2000 Ud.	2400 Ud.
Tomate	2000 kg	2500 kg	2900 kg

Fuente: elaboración propia

En esta tabla encontramos los precios proyectados para cada año para cada uno de los productos a cultivar en las granjas.

Capital de trabajo

Como es de conocimiento estamos trabajando en una zona donde las familias no tienen muchos ingresos por lo tanto se puede requerir el minimo que se requiere para los materiales que sería de \$398.171, y conseguir patrocinios o aliados con programas de la alcaldía con el fin de obtener subsidios para que estas madres no tengan que incurrir en estos gastos y conseguir apoyo de personal de capacitación y orientación con las construccion y siembra de estas huertas.

Inversiones

Dado que en las diez viviendas escogidas para la ejecución del proyecto no hay que generar ningún tipo de remodelación la inversión sería solo de los \$398.171 que cuesta la fabricación del módulo de 1m² y las semillas a utilizar.

Conclusiones

Se identificaron Las madres cabeza de familia de la comuna 6 barrio 12 de octubre de Medellín, que se posicionan en los estratos 0, 1, 2, las cuales sus ingresos no superan un salario mínimo pudiendo encontrar en las granjas urbanas, una muy buena posibilidad para mejorar su calidad de vida asegurando una alimentación esencial y unos ingresos para suplir parte de sus necesidades.

Se tuvo en cuenta el tipo de productos a sembrar como lo son la cebolla, tomate, la zanahoria, tomate, habichuelas, cilantro, entre otros. Esto con el fin de que se tenga una cosecha que no demande tanto tiempo y que sean productos de primera necesidad en la mesa de todas las familias, lo cual facilita la venta de los mismos.

Los clientes potenciales para venta y distribución de nuestros productos serían las familias que la producen, los amigos cercanos de la comuna y algunos mercados cercanos con los cuales se pueda realizar una negociación, también en los mercados campesinos ubicados en los parques de la ciudad.

Se propuso implementar el proyecto de forma vertical, teniendo en cuenta que no existe mucho espacio disponible en la zona, se utilizaron los principios de hidroponía. En esta implementación de huertos multifuncionales nos permitirán cultivar en pequeños rectángulos para la siembra de plantas grandes y pequeñas. Además, la cultivación de diferentes plantas verticales ayudará a que el proceso de siembra y riego de las semillas pueda realizarse sin la necesidad de caminar sobre ellas y facilitará rotación de los productos allí cultivados.

Referencias

- Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). Revisión conceptual sobre emprendimiento social. En Empresas sociales (P 3-29). Recuperado de https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi__n_conceptual_sobre_el_empre [Consulta: 2021, Mayo 10]
- Colombia Digital Marketing [ColDigitalMk]. (26 jun. 2014). Qué es el Marketing Digital y Cuáles son sus beneficios [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/TTyFV-qhQtQ> [Consulta: 2021, junio 8]
- Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014) ¿Qué es Innovación Social? [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MKFltzF6ToA> [Consulta: 2021, Mayo 9]
- Curto Grau, Marta (2012) Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio. Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/> [Consulta: 2021, Mayo 9]
- De Barrera Ernesto. La empresa social y su responsabilidad social. Revista Innovar. No. 30, abril 2007. ISSN: 0121-5051. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v17n30/v17n30a05.pdf> [Consulta: 2021, Mayo 10]

Domanski, D. (Ed.), Monge, N. (Ed.) y Quitiaquez, G. (Ed.). (2016). Innovación social en Latinoamérica (capítulo 1 y 5). Corporación Universitaria Minuto de Dios.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/126053>[Consulta: 2021, Mayo 9]

Intuición, acción, creación, edited by Ellen Lupton, Editorial Gustavo Gili, 2012. ProQuest Ebook Central. Recuperado

de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.4421910&lang=es&site=eds-live&scope=site>
[Consulta: 2021, junio 8]

Kerestegian S. (2017). Dias Norticos 2017: Design Thinking. (Video) Recuperado

de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-_5IVg83w[Consulta: 2021, junio 8]

Mejía Martínez, A. (19, 11,2018). OVI UNIDAD 2 Innovación Social. [Archivo de video].

Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21688>[Consulta: 2021, Mayo 9]

Merino de Diego. El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis. Revista ICADE. N° 91, págs. 173-199, Enero -abril de 2014. ISSN:

1889-7045. Repositorio de <http://hdl.handle.net/11531/20217>[Consulta: 2021, Mayo 7]

Meza Orozco, J. de J. (2010). Evaluación financiera de proyectos (pp.113-145). Vol. 2. ed. Ecoe ediciones. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site> [Consulta: 2021, julio7]

Moreira P. & Urriolagoitia L. (2011). El emprendimiento social. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3652377>[Consulta: 2021, Mayo 9]

Pablo, J. D., & Uribe, J. (2017). Experiencias de emprendimiento social en iberoamérica. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5190162&lang=es&site=eds-live&scope=site> [Consulta: 2021, Mayo 12]

Pérez, S. G. (2016). Diseño de proyectos sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación (pp.31-100). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5102422&lang=es&site=eds-live&scope=site>[Consulta: 2021, julio5]

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=519628&lang=es&site=eds-live&scope=site>[Consulta: 2021, junio5]

Vergara, C. N. (2012). Marketing y comercialización internacional (pp.172-220). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547450&lang=es&site=eds-live&scope=site>[Consulta: 2021, junio5]